



Vendredi 25 Mars 2005 – 1/2 Finale
16^{ème} Challenge de Négociation Commerciale
LES NEGOCIALES

CAS ACHETEUR

Vous êtes Mr Sauvage, négociateur national chez Superprix depuis 1981 en charge de la catégorie Soins du Bébé (100 HM en France).

En tant qu'acheteur Soins du Bébé pour Superprix, votre mission sur 05 est double :
=> redresser la Pdm déclinante de Superprix sur les Soins du Bébé (détails ci-dessous)

=> négocier avec les différents comptes clés les assortiments 2005 sur les couches et lingettes pour bébé, ainsi que la politique promotionnelle 2005 sur ces 2 catégories.

1. SUPERPRIX SUR LE MARCHÉ DU SOIN DU BEBE EN 2004

=> Superprix a été le 3^{ème} intervenant en PDM Valeur sur le marché des lingettes sur 2004, en recul de 2.8 pts vs 2003. Vos concurrents sont l'enseigne Omega (leader du segment lingettes bébé en France) et Hyper force (2^{ème} intervenant).

	PDM Valeur sur les lingettes Bébé		Pénétration		Fidélité	
	2003	Index vs 2002	2003	Index vs 2002	2003	Index vs 2002
Superprix	12,8	90	6	87	34	105
Omega	20,1	114	7,3	102	38,6	107
Hard Discount	7,1	173	5,8	148	35,1	115
Gagnant	7,5	119	2,5	111	32,3	109
Hyper Force	17,3	78	5,8	90	37,7	96

Ce recul est dû à 2 facteurs :

. perte de pénétration : de moins en moins de mamans font leurs achats de lingettes bébé au sein de cette enseigne, notamment au profit de l'enseigne Hard Discount, qui attire de plus en plus de consommatrices.

. une offre en linéaire sur les lingettes qui a explosé : Superprix avec 20 références sur son parc d'hypermarchés est l'enseigne qui a l'offre la plus pléthorique, ce qui a favorisé un taux de ruptures importants (12% en moyenne sur le rayon lingettes en 2003, vs 9% au national). Votre souhait sur 2005 est de réduire l'assortiment de 10%.

Vous êtes au courant que Procter prépare un gros lancement sur 05 sur le segment des lingettes, et souhaite lancer un nouveau type de lingettes inédit à date.



2. LES INTERVENANTS SUR LE MARCHÉ SOIN DU BÉBÉ CHEZ SUPERPRIX

Pdm valeur lingettes bébé @ Superprix	2004	<i>Index vs 2003</i>	Nbre de références en 2004
Pampers	32,9	110	6
Marque N.	11	90	4
Marque H.	5,9	85	2
Marque Distributeur	38,5	115	8

3. LES EXIGENCES DE L'ACHETEUR :

1. Obtenir un taux de marge arrière de PG au minimum de 20% (vs 16% en 2004), tout en respectant une réduction de l'assortiment de 10% sur l'ensemble de la gamme Lingettes.
2. Obtenir une aide de la force de vente PG pour mettre en rayon l'innovation Kandoo dans au mieux 100% du parc, au pire dans les 50 magasins les plus importants.
3. Obtenir une campagne d'animation lancement exclusive sur l'innovation PG 2005 dans 100% de vos magasins sur le 1^{er} tract.

4. OBJECTIONS FACULTATIVES DE L'ACHETEUR :

- => Pas de PLV fournisseur dans les hypers Superprix
- => « je rentrerai les différentes références au fur et à mesure de l'année, selon les rotations observées au 1^{er} semestre »
- => ne voit pas l'intérêt de la nouvelle lingette Kandoo